

التفكير

التصميمي

دليل لنمذجة و لاختبار حلول
أهداف التنمية المستدامة



Empowered lives.
Resilient nations.

التفكير التصميمي

دليل لنمذجة و لاختبار حلول
أهداف التنمية المستدامة



تم إعداد هذا الدليل تحت إشراف برنامج القيادات الشبابية «Youth Leadership programme» (YLP) الذي فُعلّه برنامج الأمم المتحدة الإنمائي في دول العالم العربي. يهدف برنامج القيادات الشبابية، تحت شعار "الابتكار من أجل تنمية مستدامة"، إلى دعم الشباب في المنطقة العربية في مواجهة تحديات التنمية المستدامة في مجتمعاتهم وبلدانهم، مع التركيز خصوصا على المساواة بين الجنسين وتمكين المرأة. وقد تم تصميم هذا الدليل من أجل توفير التوجيه والنصح والأدوات التي من شأنها أن تمكن مستخدميه من نمذجة أفكارهم، واختبارها، وتنفيذها.

© برنامج الأمم المتحدة الإنمائي 2017

إن وجهات النظر والتحليلات والتوصيات التي يتخللها هذا المنشور لا تعكس بالضرورة آراء برنامج الأمم المتحدة الإنمائي، أو أعضاء مجلس الإدارة أو الدول الأعضاء في الأمم المتحدة. هذا المنشور هو نتاج عمل فريق مستقل من المؤلفين، وذلك برعاية المكتب الإقليمي العربي لبرنامج الأمم المتحدة الإنمائي.



تم إعداد هذا الدليل بالتعاون مع مؤسسة الاستشارات كوميت COMMITT المختصة في الاتصال والتواصل، والتخطيط الاستراتيجي، والتفكير التصميمي.

شكر وتقدير:

يقدّر برنامج الأمم المتحدة الإنمائي إسهامات فريق COMMITT في هذا الدليل، ويتكون الفريق من إيناس شنيور، ومروى الرايسي، ومنى امصدق، ومعز بن اسماعيل. كما يقدر البرنامج الإنمائي دور فريق البرنامج وإدارته بتونس وخاصة إدواردو لوبيز مانسيزايدر والزملاء بالمركز الإقليمي للبرنامج الإنمائي بعمان، وكذلك جينيفر كولفيل، وكوثر زروالي، ونعمان السيد، وشذى محمود لمساهمتهم الكبيرة في تجسيد هذا الدليل. هذا ويتوجه البرنامج بشكر خاص لبنجامين سي لانق لمجهوداته في التدقيق اللغوي. كما لم يكن هذا الدليل ممكنا لولا قيادة ودعم خالد عبد الشافي (المدير الإقليمي) ويعقوب باريس (منسق برامج اقليمية) اللذين توليا قيادة وتوجيه برنامج القيادات الشبابية (YLP) منذ 2015.

الفهرس

أهداف التنمية المستدامة و التفكير التصميمي

مقدمة

1 النمذجة

4	
6	
10	ماهو النموذج؟
10	لماذا نعتد النمذجة؟
11	ماذا يمكن لنا أن ننمذج؟
13	كيف تتم عملية النمذجة؟
16	أمثلة من المشاريع
20	الرسم البياني للخدمة (مخطط الخدمة)
22	نموذج العمل التجاري

2 الاختبار

29	ماذا يمكننا أن نختبر؟
29	لماذا نختبر؟
29	كيف نختبر؟
31	كيف نعد الاختبار الميداني؟
32	كيف نحصل على التغذية الراجعة؟
32	كيف يمكننا القيام بالاختبار ميدانياً؟

3 التنفيذ

34	جرد الموارد
35	خطة العمل
36	بناء شبكة قوية من الشركاء
37	المتابعة والتقييم

المراجع

المرفقات

40	1. بطاقة السفر
41	2. قصة مصورة
42	3. الرسم البياني للخدمة (مخطط الخدمة)
43	4. نموذج العمل التجاري
44	5. قصاصة الفرضيات
45	6. الاعداد للاختبار الميداني
46	7. الحصول على التغذية الراجعة
47	8. جرد الموارد
48	9. خطة العمل

أهداف التنمية المستدامة والتفكير التصميمي

مع اقتراب الأهداف الإنمائية للألفية من نهايتها في عام 2015، اعتمدت الدول الأعضاء في الأمم المتحدة خطة عام 2030، مجموعة من 17 هدفا للتنمية المستدامة توفر خارطة طريق لإنهاء الفقر، وحماية كوكب الأرض، وضمان الرخاء للجميع.

أهداف التنمية المستدامة

خطة لكل بلد تتماشى و سياقه العام من حيث الأولويات والتحديات.

يهدف هذا الدليل إلى مساعدة الشباب على إدراك الدور الرئيسي الذي يمكن أن يلعبوه من أجل المساهمة في بناء مستقبل مجتمعاتهم، وكذلك إلى دعمهم في القيام بالأنشطة التي من شأنها أن تساعد على تحقيق أهداف التنمية المستدامة.

أهداف التنمية المستدامة، وتسمى أيضا "الأهداف العالمية"، ويسعى من خلالها إلى تكثيف الجهود للقضاء على الفقر بجميع أشكاله ومكافحة عدم المساواة ومعالجة تغير المناخ، مع كفالة اشتغال الجميع بتلك الجهود.

ويحتوي هذا البرنامج على 17 هدفا مترابطا. وعليه، فإن النجاح بأي هدف يتوقف على مدى النجاح في تحقيق هدف آخر أو أكثر.

وتطمح أهداف التنمية المستدامة إلى تحسين مصير الأجيال القادمة من خلال دعم الشراكة والبرغماتية، وذلك باقتراح

أهداف التنمية المستدامة



ماهو التفكير التصميمي؟

إن التفكير التصميمي هو منهجية تقوم على إيجاد الحلول والابتكار المركز أساسا على الإنسان. وهي عملية تقوم على خمس خطوات: الملاحظة، التصور، النمذجة، الاختبار، التنفيذ. يضع التفكير التصميمي الأشخاص الذين نصمم لهم في مركز العملية ويدعوهم إلى إيجاد حلول ملموسة.

لماذا التفكير التصميمي

لأهداف التنمية المستدامة؟

إن المنهجية المركزة على الإنسان هو الاعتقاد الجازم أن كل المشكلات، كال فقر والمساواة بين الجنسين والنفاذ إلى ماء نظيف، مهما بدا من الصعب القضاء عليها، فيمكن حلها. هذا الأمر هو الأكثر إلحاحا خصوصا عندما يكون الأشخاص الذين يعانون من أمر ما هم أنفسهم من عليهم أن يعالجوا المشاكل مباشرة. إن التصميم المركز على الانسان هو منهجية فعالة سواء لخلق الأشياء، أو التجارب، أو الخدمات، أو الأعمال الاجتماعية، لأنه يضع الإنسان ورغباته محور الأولويات.

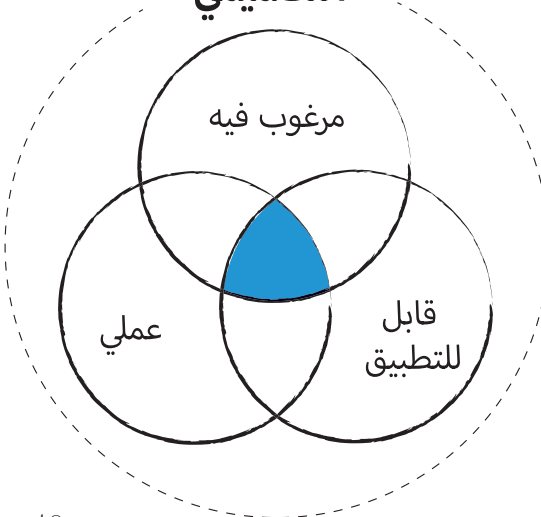
التكرار في التفكير التصميمي

إذا كانت إدارة مشروع ما تتبع خطأ واحدا مستقيما، فإن التفكير التصميمي هو منهج متكرر يقوم على ملكة الحدس وكذلك على المروحة بين الملاحظة والتفكير من جهة، وتطوير الأفكار من جهة أخرى.

في الواقع، تتحول الفكرة إلى مشروع بصفة آنية كلما وقعت ثمذجتها وخضعت لاختبار ميداني. وفي كل مرة، يتم تعديلها وفقا للملاحظات التي يتم تلقيها من قبل المستخدم.

وتتكرر مراحل النمذجة عدة مرات، كما أنها جزء لا يتجزأ من مرحلة إنجاز المشروع.

التفكير التصميمي



يعد التفكير التصميمي بالنسبة لبرنامج الأمم المتحدة الإنمائي منهجية مميزة من أجل تحقيق أهداف التنمية المستدامة، لأنه:

- 1 مبني على التعاطف
- 2 تجسيد لفكرة ما
- 3 يوجه أساسا نحو حلول مرجوة، قابلة للتطبيق ومستدامة
- 4 يعتمد مناهج تجمع بين التحليل والإحساس (الحدس)
- 5 يمكن اعتماده من طرف الأشخاص المعنيين بالمشكل أنفسهم

مقدمة

"كلما أسرعنا في جعل أفكارنا ملموسة، كلما سرّعنا من قدرتنا على تقييمها وصلّتها والتركيز على أفضل الحلول."

- تيم براون، التغيير عبر التصميم: كيف يؤدي التفكير التصميمي إلى التغيير في المنظمات ويحفّز الابتكار

التصميم المراكز على الانسان،

عملية التفكير عبر مراحل

1 الإلهام

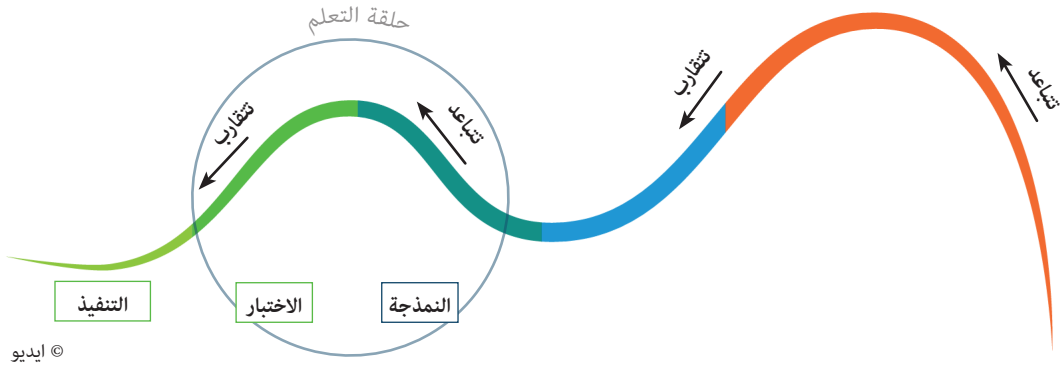
تسعون طيلة هذه المرحلة إلى فهم الناس. حيث تقومون بمعاينة حياتهم والانصات لآمالهم ورغباتهم بهدف اكتساب المزيد من الفطنة في مواجهة التحديات.

2 اقتراح الأفكار

تتمثل هذه المرحلة في إضفاء معنى على كل ما جمعتهم من معلومات. إذا ما تحصلتم على كم هائل من الأفكار، فقد حان الوقت لتحديد فرص التصميم، واختبار تلك الأفكار وصل الحل.

3 التنفيذ

وفي حال وجدتم الحل، لابد من تطبيقه في أرض الواقع، ومن عرضه في السوق، ومن مزيد تعزيز تأثيره على العالم.



© إيديو

التنفيذ

إقتراح الأفكار

إلهام

مَـنْـدِج، اختبر، تعلم و كرّر

يتعلّق الأمر بالاستيعاب أن النمذجة لا تسير وفق مسار مستقيم، وإنما هي عملية تحدث وفق حلقات.

3. تعلم من أجل التحسين

في مجال "التصميم المراكز على الإنسان"، يعدّ الفشل فرصة للتعلم والتحسين، وتمثل النمذجة والاختبار فرصة للحصول على تغذية راجعة بطريقة أسرع وأقل كلفة.

4. التكرار من أجل صقل الحل

كيف أدت هذه الطريقة إلى الحل النهائي؟

بالتأكيد، يساعدك النموذج على التعلم من الناس مباشرة وعلى فتح مجموعة من الخيارات وفرص الإبداع، لكنه لا يسمح لك بضبط أكثر شيء مرغوب وعملي ومستدام على نحو دقيق بالنسبة للأشخاص المستهدفين.

و يسمى هذا الانفتاح وطريقة الوصول إلى الحل "التباين والتقارب في الآراء". وستختلف وتتقارب آرائك في مناسبات عديدة، بطريقة تسمح لك في كل دورة جديدة للنموذج الخاص بك من الاقتراب أكثر فأكثر من الحل النهائي للسوق.

1. النمذجة من أجل انعكاس الفكرة

تمنح النمذجة الفكرة الحياة. وهي تخول لك الاستمرار في التعلم وتطوير الفهم على مدى مراحلها. إنها مسألة إنشاء مثال (model) يعكس جيداً فكرتك ويسمح لك بالحصول على تغذية راجعة إما لتحسين الفكرة أو للتخلي عنها.

2. الاختبار من أجل الحصول على التغذية الراجعة*

وفي حال كان النموذج جاهزاً، سوف ترغب في الحصول على إشارات بالرأي من قبل الأشخاص المستهدفين. فلا تحقق النمذجة النجاح والفعالية بحق إلا إذا حصلت على تعليقات صريحة وثابتة من طرف الأشخاص المستفيدين من فكرتك.

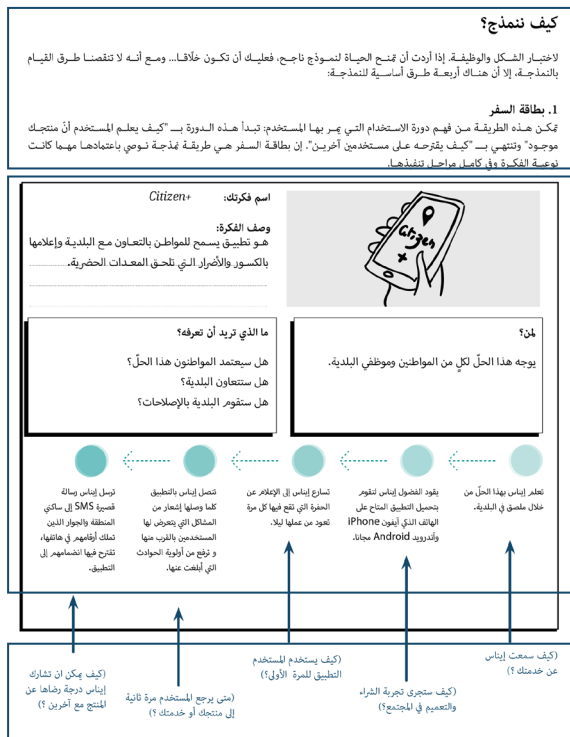
(*) التغذية الراجعة: المقصود بهذا المصطلح، جملة الانطباعات والردود التي يمدك بها الجمهور المستهدف حول منتجك أو خدمتك.

لماذا هذا الدليل؟

هذا الدليل موجه للشباب ذوي الأفكار الالامعة والخلاقة التي من شأنها أن تسهم بصفة فعالة في تجسيد أهداف التنمية المستدامة وأن تبني مستقبلا أفضل في بلدانهم. وسيجد الشباب في هذا الدليل مجمل أدوات التفكير من أجل مرافقة أفكارهم طيلة مراحل نمذجة هذه الأفكار، واختبارها، وتنفيذ الحلول المثلث لها.

كيف يتم استعماله؟

- يمكن تصنيف المضمون الذي يحتويه هذا الدليل إلى ثلاث:
 - مضمون نظري، وهو موجه لكشف كل مرحلة و شرح أهميتها.
 - مضمون مرجعي، وهو مرفق ببطاقات تم ملؤها مسبقا وتكون مصحوبة بأمثلة تشرح سير كل مرحلة.
 - مضمون تطبيقي، مرفق بنصائح محددة ترمي إلى دعم الشباب مع لفت انتباههم حول التفاصيل المهمة.



مضمون نظري

مثال قصاصة معمّرة

نصائح وتعليقات

1

النمذجة



إذا كنت بصدد بناء قصر على الشاطئ، أو صناعة مخبئ
من وسائد الصالون أو ما تزال تهدي لوالدتك قلادة من
المعكرونة... فتأكد، حتى دون أن تكون على معرفة
بذلك، أنك كنت بصدد انجاز نماذجك الأولى.

ماهو النموذج؟

تعني النمذجة أن تمنح فكرتك الحياة كي تتمكن إثر ذلك من التعلم منها. هي أن تبني نموذجاً لفكرتك كما تعتقد أنها يجب أن تكون وتبدو، من أجل الحصول على تغذية راجعة تدفعك إما للسير قدماً في فكرتك مع تطويرها أو التخلي عنها.

لم النمذجة؟

1. لتجسيد أفكارك
2. لمواصلة التفكير ولصقل فكرتك
3. لاختبار فكرتك والنظر في إذا ما وجب عليك الاستمرار فيها
4. للتقليص من إمكانيات الفشل
5. لإعداد للتنفيذ

نصائح

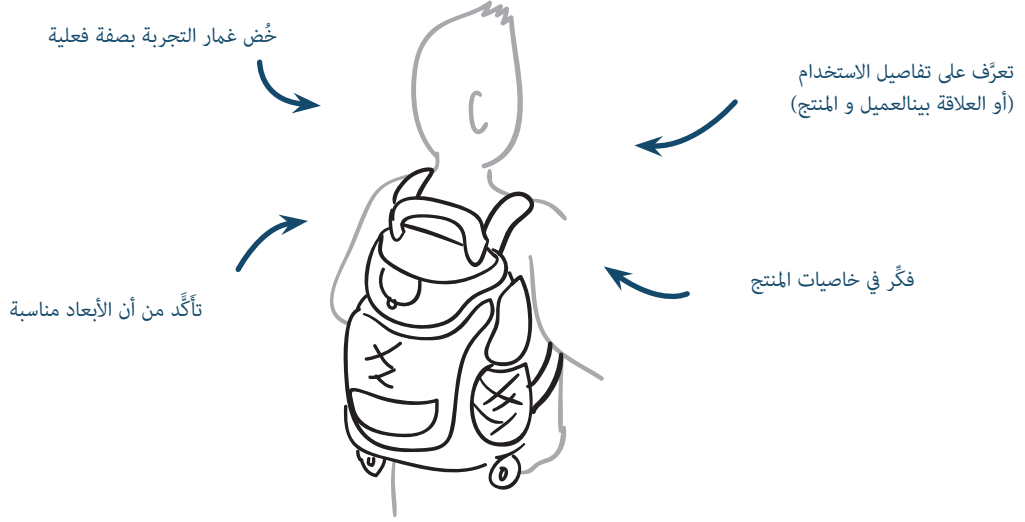
- كن بسيطاً وكن مستعداً لتبدأ من جديد
- لا تكن شديد الارتباط بأفكارك
- اختر التركيز على الكمية
- كن منصتاً لجمهورك المستهدف



ماذا يكمن لنا أن ننمذج؟

نمذجة شيء ما

لاختبار الشكل والوظيفة.

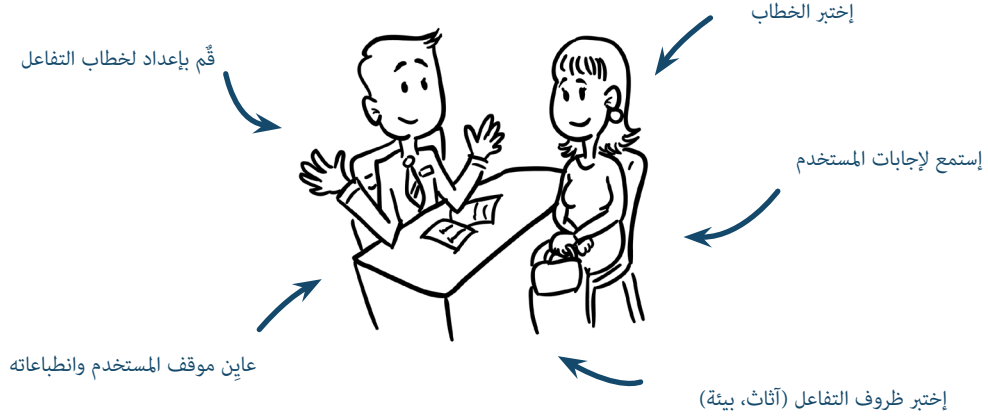


نمذجة مساحة

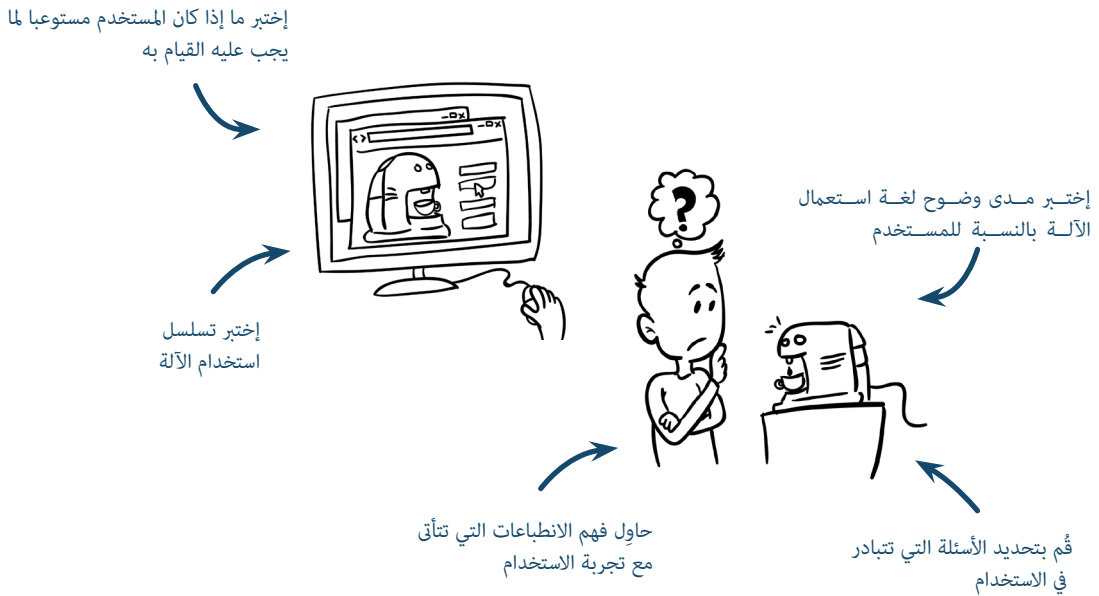
سواء كانت هذه المساحة هي نفسها منتجا : مثال ذلك، المراحلض العمومية، أو كان الفضاء مكانا للتفاعل: مثال ذلك، قاعة الانتظار.



نمذجة تفاعل بين الإنسان و الإنسان



نمذجة تفاعل بين الإنسان و الآلة

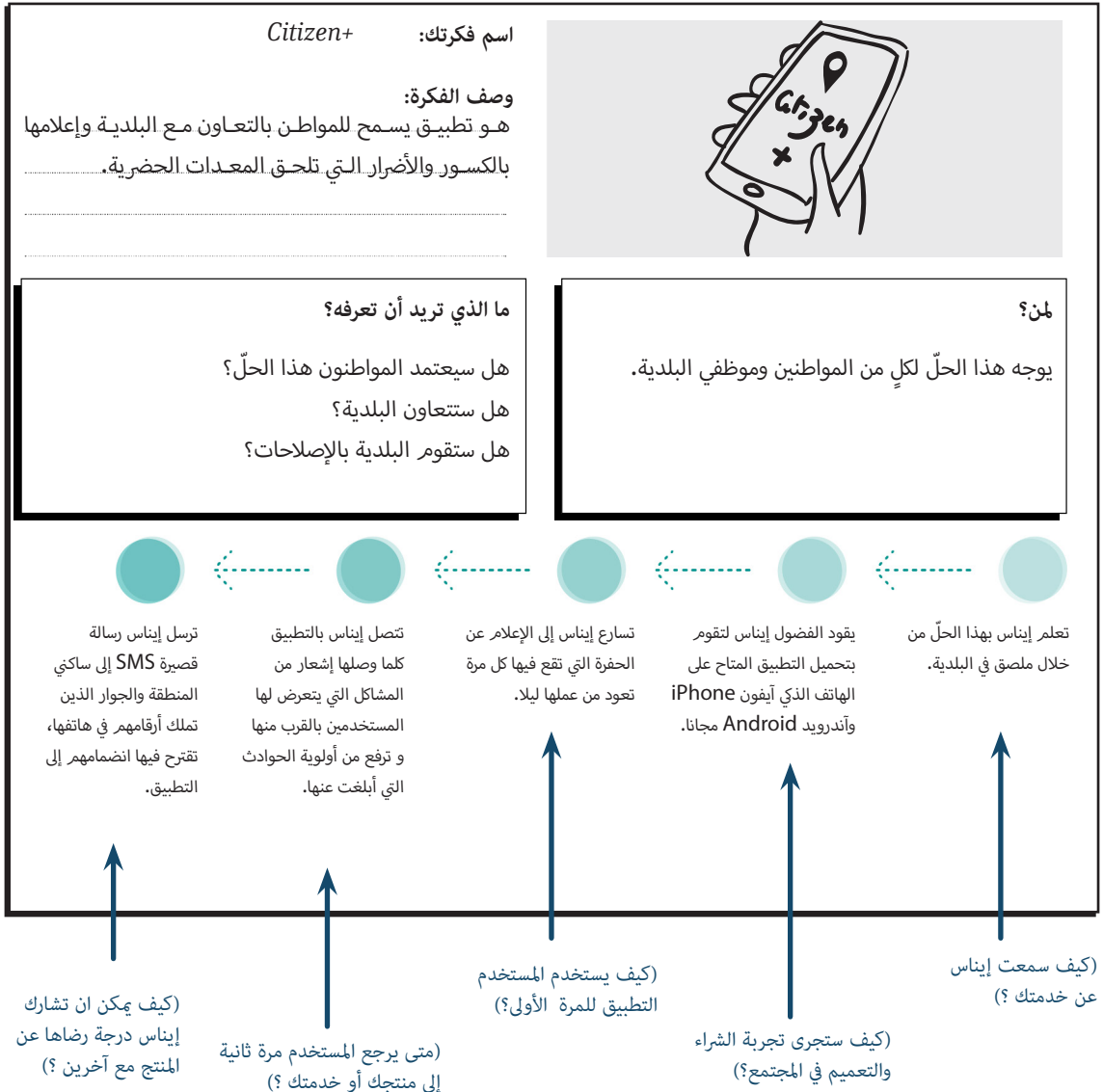


كيف نمذج؟

لاختبار الشكل والوظيفة. إذا أردت أن تمنح الحياة لنموذج ناجح، فعليك أن تكون خلّاقاً... ومع أنه لا تنقصنا طرق القيام بالنمذجة، إلا أن هناك أربعة طرق أساسية للنمذجة:

1. بطاقة السفر

تمكن هذه الطريقة من فهم دورة الاستخدام التي يمر بها المستخدم: تبدأ هذه الدورة بـ "كيف يعلم المستخدم أن منتجك موجود" وتنتهي بـ "كيف يقترحه على مستخدمين آخرين". إن بطاقة السفر هي طريقة نمذجة نوصي باعتمادها مهما كانت نوعية الفكرة وفي كامل مراحل تنفيذها.



2. القصة المصورة

تتضمن هذه الطريقة توضيحا أكثر تفصيلا لمستخدمكم وسياق استخدامه المنتج. ويسمح لك هذا بالحصول على أكثر من معطيات حول المستخدم : من يكون، من معه، في أي منطقة هو موجود، ماهي تعابير وجهه، كيف يستخدم المنتج (مثال: حقيبة ظهر متعددة الاستخدامات أو تطبيق متعدد الوظائف).

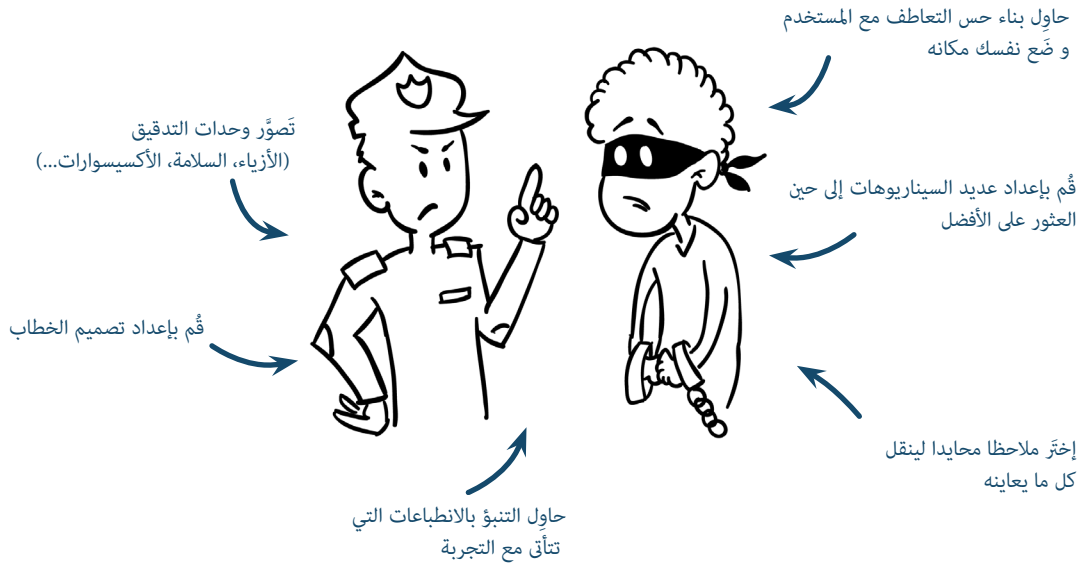
تعد القصة المصورة أكثر تفاصيل ودقة مقارنة بخارطة السفر، إلا أن كلاهما يساعدانك على أن تخوض التجربة من وجهة نظر المستخدم.



3. لعبة تقمّص الأدوار

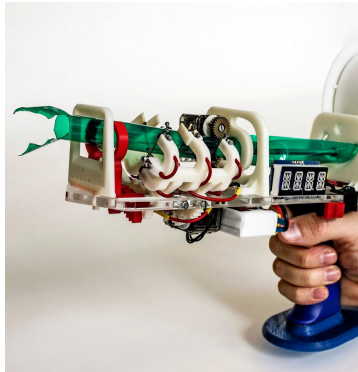
تسمح هذه الطريقة بخوض التجربة قبل أن يخوضها المستخدم. وهو ما يسمح بتطوير قدرته على الإحساس بالآخرين واكتشاف الصعوبات أو العثرات التي يمكن مواجهتها في الميدان.

تمكن كذلك لعبة الأدوار من التركيز على خطاب المرء ووقفته. وهي الطريقة المثالية لاختبار التفاعل الإنساني أو البيئي.



4. النموذج الفيزيائي

تمثل هذه الطريقة فرصة لتسيير المنتج، فهم تحدياته، وظائفه وخصائصه. يسمح النموذج الفيزيائي باختبار الشكل بقدر اختبار استخدام الشيء.



أمثلة من المشاريع

وأنواع النماذج التي يمكن أخذها بعين الاعتبار.

1. منتج:

نوماد Nomade حقيبة سفر عملية تتشكل تبعا لنوع الرحلة، ويمكن سحبها بفضل عجلاتها، أو حملها على الكتف في رحلة على الأقدام.

بطاقة السفر

سيكتشف العميل الحقيبة في المحل، وسيشترئها وسيستخدمها أول مرة للسفر إلى مدينة متقدمة حيثما تكون وسائل النقل متطورة، وسيستخدمها مرة ثانية للسفر عبر الهند حيثما يضطر إلى المشي المطول وسيحول الحقيبة بطريقة تمكنه من حملها على كتفيه.

قصة مصورة

تسمح بعرض الطرق المختلفة في حمل الحقيبة ومراحل تحويلها للانتقال من مظهر إلى آخر.

لعبة تقمص الأدوار

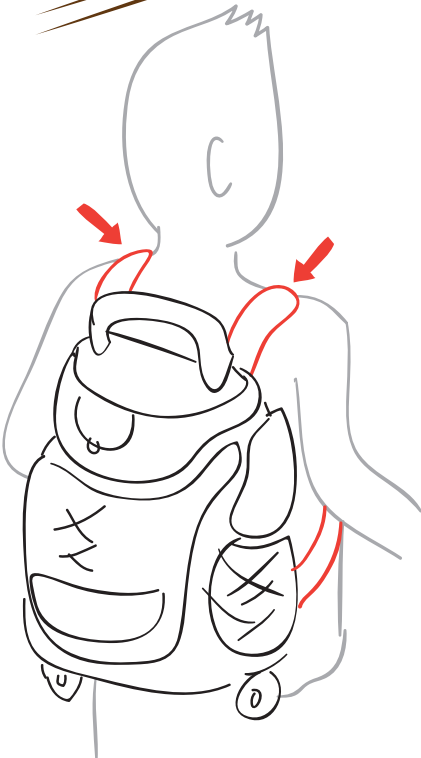
لا تعدّ لعبة تقمص الأدوار مناسبة في هذا المثال.

النموذج الفيزيائي (السريع)

رسم شكل يترجم أفكارك جيدا، وإعداد تخطيط لها، وتركيب نموذج في ورق مقوى أو قماش إذا كانت لديك المهارات (حتى الأساسية) في الخياطة لرؤية الجحرات المختلفة، ونظام الإغلاق ونظام الطي إذا توفر...

رحلات

نوماد



2. المساحة و التفاعل:

قررت منظمة غير حكومية عالمية استغلال زاوية في شارع لندن للقيام بحملة توعوية مع جمع التبرعات بهدف التوعية بانقراض النحل.

تخيّل وارسم سيناريو تفاعل الجمهور المستهدف، من مرور الشخص من طور التركيب إلى التبرع من خلال توزيع المطويات الحاملة للمعلومات .

بطاقة السفر

تجزئة الوحدة لعرض سيناريوهات مختلف مراحل تجهيز النحل وتداوله. أو تجزئة التفاعل مع الجمهور المستهدف لتنظيم الخطوات الموائية حسب المنطق (المعلومة، التحسيس، الالتزام).

قصة مصورة

لتحسين اللغة واختبار أساليب مختلفة للتحدث مع المواطنين في الشارع.

لعبة تقمص الأدوار

نمذجة التركيب الحضري و تخيله في فضائه الحقيقي.

النموذج الفيزيائي
(السريع)



3. خدمة التفاعل إنسان مع إنسان:

دار الخيزران هو محل لبيع الأثاث يعمل على تقديم خدمة نوائح تتعلق بالديكور للعملاء.

بطاقة السفر

سيسمع العميل عن الخدمة خلال زيارته المتجر (أو بالبريد)، وسيأخذ موعداً من أجل خدمة الديكور، وسيقوم مهندس الديكور بزيارة العميل، ويقترح عليه مجموعة من الأثاث الذي يتماشى مع الديكور ومع دورة حياته. وسيعرض العميل السعيد صور منزله على مواقع التواصل الاجتماعي.

قصة مصورة

تساعد القصة المصورة على صنع سيناريو مشهد اللقاء الأول بالعميل : هل يكون الاستقبال على شرفة الباب أو من داخل المتجر؟ هل ندعو الزبون إلى ركن الديكور؟ هل نقدم له ورقة دعائية أم لا؟

لعبة تقمص الأدوار

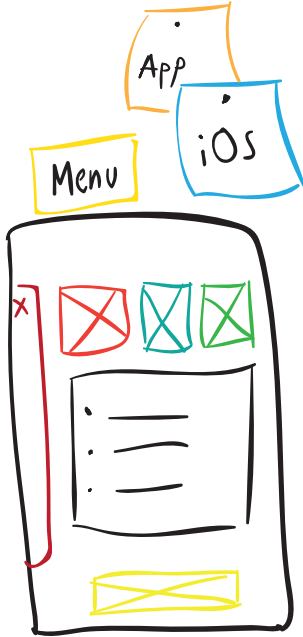
الاشتغال على المنهجية : العميل والخطاب التقديمي وبيع الخدمة.

النموذج الفيزيائي
(السريع)

يمكن استخدام النموذج السريع هنا إذا أردنا محاكاة ركن ديكور في متجر مع عينات وشاشة عرض



4. تفاعل إنسان مع آلة:



Citizen+ هو تطبيق يسمح للمواطن بالتعاون مع البلدية وإعلامها بالكسور والأضرار التي تلحق بالمعدات الحضرية.

تخيل دورة استخدام تطبيقك منذ سماع الحديث عن منتجك إلى حين مشاركته مع الآخر.

بطاقة السفر

تسمح بتخيل مختلف البيئات (في السيارة، على الأقدام...) أين يستعمل المستخدم التطبيق، وباستباق العقبات التي قد تطرأ.

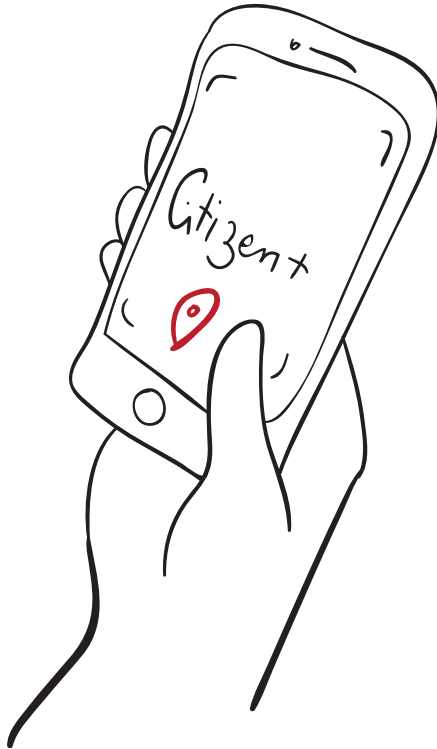
قصة مصورة

تمكن من وضع سيناريو خطاب انطلاقاً من مقاربة أعوان البلدية لإقناعهم بالانخراط في التصور وليصبحوا شركاء استراتيجيين وتقنيين.

لعبة تقمص الأدوار

يسمح بتصوير واجهات مختلفة و تصور محتوى الواجهات والتفاعل بين خاصيات التطبيق.

النموذج الفيزيائي
(السرّيع)



الرسم البياني للخدمة (مخطط الخدمة)

ماهو؟

الرسم البياني للخدمة هو أداة تُعتمد لنمذجة خدمة ما. وهو التمثيل الذي يسمح بتصوير المسار لتجربة "المستخدم" والطريقة التي يتفاعل بها مع خدمتكم. وهذا التصور يمكن بدوره من حصر احتياجات المشروع في طور التحقق، من أجل تحسين الفعالية والارتقاء بمستوى التجربة التي يخوضها المستخدم/ الحريف.

متى تُعتمد الرسوم البيانية؟

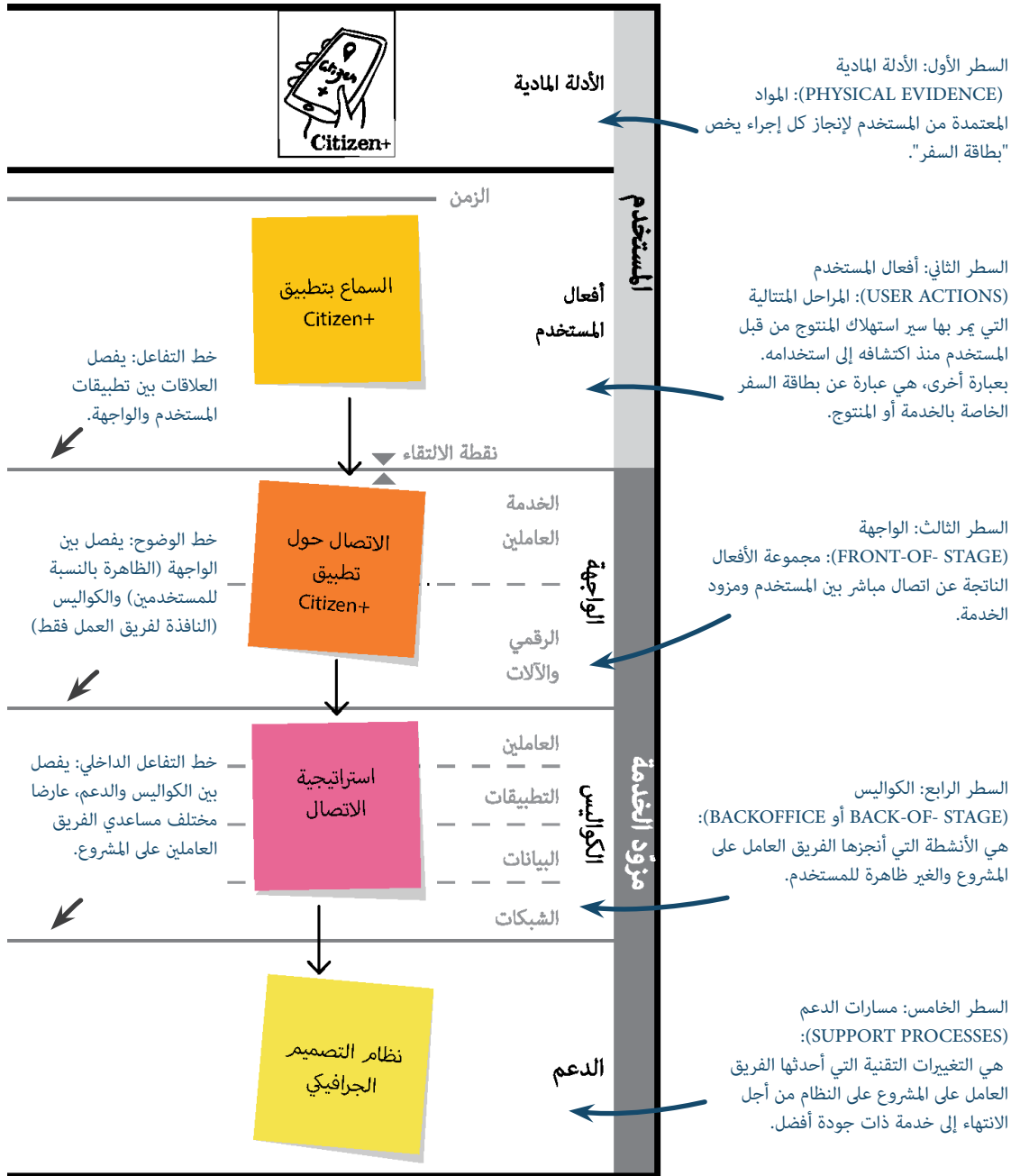
- تصلح الرسوم البيانية في بداية عملية رسم معالم الفكرة وعلى نحو مماثل في المراحل الأكثر تقدماً. وهي يمكن من:
- تفحص وتعقب جانب من خدمتكم في كل مرحلة.
 - هيكلية وتنظيم عملية إحداث خدمات جديدة
 - التحسين في الخدمات الموجودة حالياً من أجل ضمان نوعية أفضل للمنتج ككل.

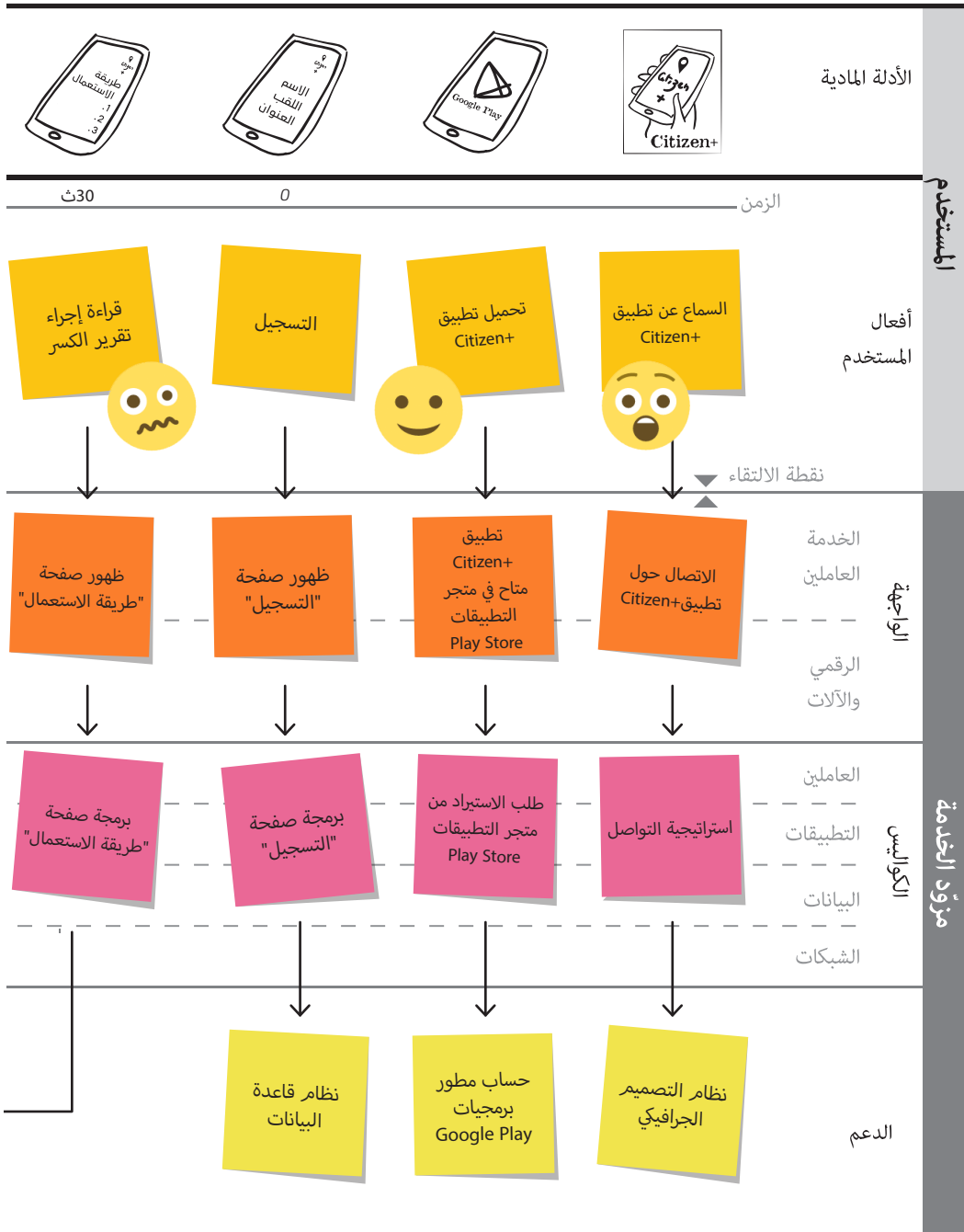
كيف تنجز الرسوم البيانية؟

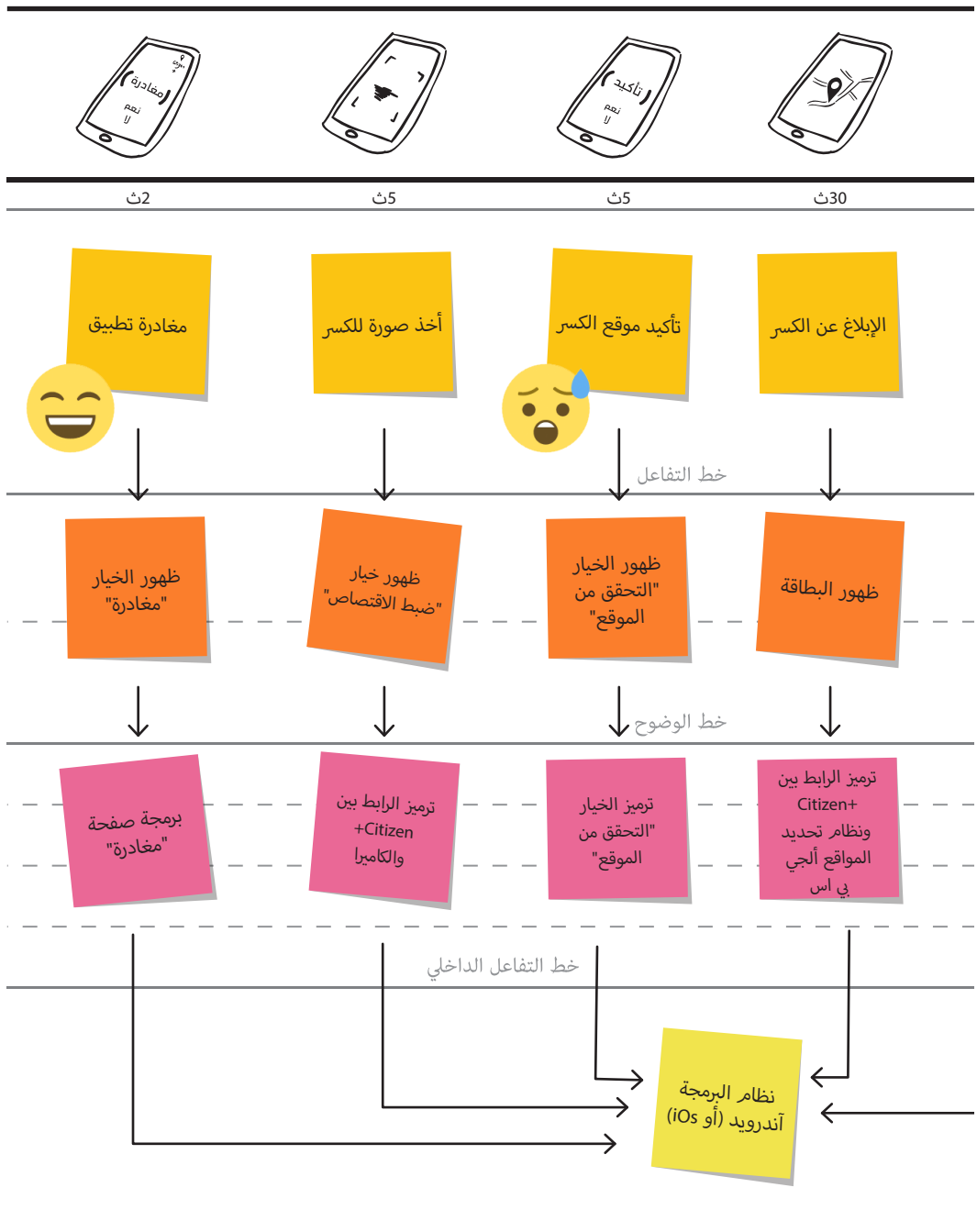
1. ابدأ بتحديد الخدمة التي ترغب في نمذجتها باعتماد خدمة المخطط.
 2. حدد نوع المستخدم المستهدف من الخدمة
 3. استخدم بطاقة السفر من أجل ملء المستوى الأول "تطبيقات المستخدم"
 4. أضف محورا أفقياً "الزمن" لتوضيح مدة كل إجراء يقوم به المستخدم.
 5. فكر بصفة عمودية، بكل إجراء يقوم به المستخدم واملأ كل خانة انطلاقاً من السطر الأول "الأدلة المادية" وصولاً إلى السطر الأخير "الدعم"، وذلك بالإجابة على الأسئلة التالية:
- ما الوسيلة المناسبة التي تم وضعها لضمان كل إجراء يقوم به المستخدم؟ (ملء السطر الأول "الأدلة المادية")
 - ماهي الأنشطة التي وضعها الفريق العامل على المشروع لضمان الإجراء المعني؟ (ملء السطر الثالث: "الواجهة")
 - ماهي الأنشطة الغير مرتبة بالنسبة للمستخدم والتي يقوم بها الفريق العامل على المشروع، وذلك لضمان أداء حسناً في أنشطة السطر الثاني: "الواجهة"؟ (ملء السطر الرابع: "الكواليس")
 - ماهي المنظومة التقنية/ المعلوماتية لضمان الأنشطة التي يقوم بها الفريق العامل على المشروع؟ (ملء السطر الخامس: "الدعم")
6. الآن وقد اكتمل الرسم البياني، حدد الانفعالات التي يمكن أن يمر بها المستخدم في كل مرحلة من مراحل الاستخدام.

نصائح

قم باعتماد الرسم البياني كتكملة
لبطاقة السفر (انظر الصفحة 13)







كيف يقع رصد فرص الابتكار؟

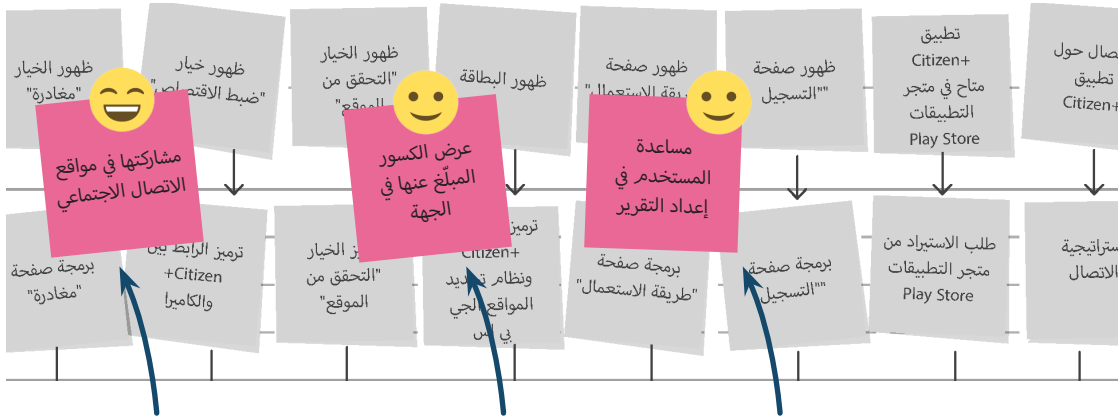
إلى جانب الصورة العامة التي يقدمها الرسم البياني عن كل جوانب الخدمة (الاحتياجات، التقدم الذي تحرزه، الأهداف...)، فهو يخول أيضا لإعادة التفكير فيه. حيث أنه يستحضر تساؤلات مهمة حول كيفية تطويره من شأنها أن تجعله أكثر أصالة ومن الطراز الأول. وتتحول هذه التساؤلات بدورها إلى "فرص ابتكار".

وبصفة عامة، تتركز هذه الفرص على مستوى خط الاتصال، أي خط التفاعل بين المستخدم وفريق العمل. وبذلك، يحدث الابتكار على مستوى تطبيقات "المستخدم" وبالتالي على مستوى الخدمة.

لا يجب نسيان التغييرات الضرورية التي لا بد من القيام بها من أجل ملاءمة تطبيقات "الواجهة" مع التجديدات التي أدخلت على الخدمة.

إن زيادة فرص الابتكار تزيد من جودة أداء الخدمة وذلك من خلال:

- التقليل في المدة الزمنية التي يتم قضاؤها في انجاز العمل
- الحد من المصاريف
- الحد من توتر المستخدم أو إحباطه عند تحويل مشاعره.



ولزيادة عدد المستخدمين وزيادة مصداقية المعلومات التي نشرها المستخدم، نقترح إضافة وظيفة مشاركة تقرير الكسر على مواقع التواصل الاجتماعي من أجل حشد مشاركة المجتمع.

ولكي يتم تفادي الازدواجية في المعلومات، نصح بعرض التقارير الأخرى حول الكسور المبلغ عنها في نفس الجهة.

لكي يتم توفير تجربة مثلى وبديهية لفائدة المستخدم، نقترح مساعدة المستخدم ومراقبته خطوة بخطوة بطلاة كامل مراحل الاستخدام بدلا من جعله يقرأ دليل الاستخدام بنفسه.

ابق في ذهنك

• تماما كغيره من أنماط الإدارة، لا يتلاءم هذا النمط مع أي مشروع: كلما كانت الخدمة المعنية بسيطة، كلما كان إنشاء الرسم البياني للخدمة أمرا معقدا.

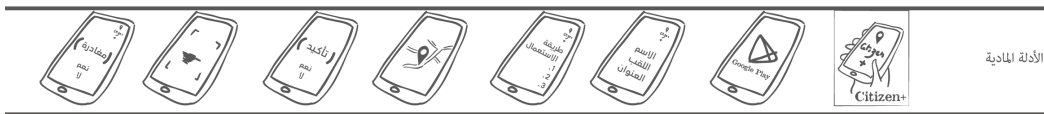
• حدّد مقاييس الجودة، أي المؤشرات التي تمكّن من تقييم مدى نجاح الخدمة. (مثال ذلك، بالنسبة لتطبيق Citizen+: ماهو الوقت المناسب للإبلاغ عن الكسور؟ كم عدد الأشخاص الذين استخدموا التطبيق؟)

• خذ بعين الاعتبار انفعالات المستخدم وهو بصدد استهلاك منتجك. مثال: بالنسبة لتطبيق Citizen+: نعتقد أنّ قراءة صفحة حول طريقة استخدام التطبيق أمر مملّ. ولجعل تجربة المستخدم أكثر متعة، فكرنا في مساعدة المستخدم طيلة مسار التقرير حول الكسر.

• تنظيم أنشطة الواجهة والكواليس في أصناف فرعية حسب طبيعتها. في الواقع، يمكن أن تنفّذ هذه الأنشطة من قبل موظفي المشروع، عبر معدّات، شبكة...

• قم بتنظيم عملية سير استخدام الخدمة على مدى دورات أو مراحل. مثال: بالنسبة لتطبيق Citizen+، المراحل التي يمكن توقعها: مرحلة التواصل حول التطبيق، ودورة أول استخدام، دورة ثاني استخدام.... ومن الأفضل إعداد رسم بياني لكل مرحلة.

• أضف رسوما أو صورا لشرح أفضل للمستخدم عن سير الخدمة في الزمان ذلك باعتماد رسوم كرتونية. مثال، تمثيل "الأدلة المادية" من خلال رسومات حول مضامين كل أوجه التطبيق.



الأدلة المادية

نموذج العمل التجاري

إذا كانت فكرتك تتمثل في مشروع مؤسسة، فقد يكون من الضروري نمذجة مثال الأعمال.

ما هو؟

نموذج العمل التجاري BUSINESS MODEL CANVAS هو قالب يمكننا من تصور جميع أوجه الإدارة الإستراتيجية لشركة ما بصفة سريعة: المنتج/ الخدمة، العملاء المستهدفون، الهياكل الأساسية للشركة ومصادر الدخل.

متى يُستخدم؟

عندما تتوصل إلى فكرة ثابتة، وتنطلق في اختبارها، لابد أن تمتلك البديهة لترجمة تلك الفكرة إلى مشروع.

كيف يمكن ملئه؟

يتم إكمال نموذج العمل التجاري بصفة جماعية لتشجيع تحدي الأفكار والانعكاسات. ولا بد من القيام دائماً بنسخ عديدة من نموذج العمل التجاري قبل العثور على المثال المناسب. ولا بد كذلك من تحديثه وضبطه بصفة منتظمة وفقاً للمعلومات الجديدة التي يتم جمعها خلال مرحلة الاختبار وحتى خلال مرحلة التنفيذ.

قم بالتسجيل على الموقع التالي:

<https://strategyzer.com/platform/register>

للفناذ المجاني إلى منصة التعلم على الانترنت وإلى العديد من الأدوات الإضافية: Strategyzer هناك العديد من نماذج العمل التجاري كإنفاس التي يمكنك أن تجدها على الانترنت، من بينها نموذج العمل التجاري الاجتماعي كإنفاس.

الأنشطة الرئيسية:

ماذا يتوجب عليك القيام به لإنتاج منتجك / خدمتك؟
هل لديك نشاط: تصميم، شراء، بيع، إنتاج، إدارة لوجستية، وسيلة تجارية، إلخ...

الشركاء الأساسيون:

من هم الشركاء الذين أنت في حاجة ملحة إليهم؟
أمثلة: الموزعون، المانولون، المنظمات المهنية، إلخ...

عرض:

ما هو المنتج / الخدمة التي تفتقرها؟
و ماهي الحاجة / المشكلة التي يلبسها؟
فيم تتجلى فوائده بالنسبة للآخرين؟
هل عرضك: جديد، أقل تكلفة، قابل للتخصيص، أكثر نفاذاً، أكثر فعالية، إلخ...

العلاقة مع العميل:

ماهي نوعية العلاقة التي ستقيمها مع العملاء لجلب انتباههم، ولحسب ثقتهم ولدفعهم للشراء؟
هل ستقترح:
مساعدة شخصية، خدمة البائداً، برنامج وفاء، إلخ...

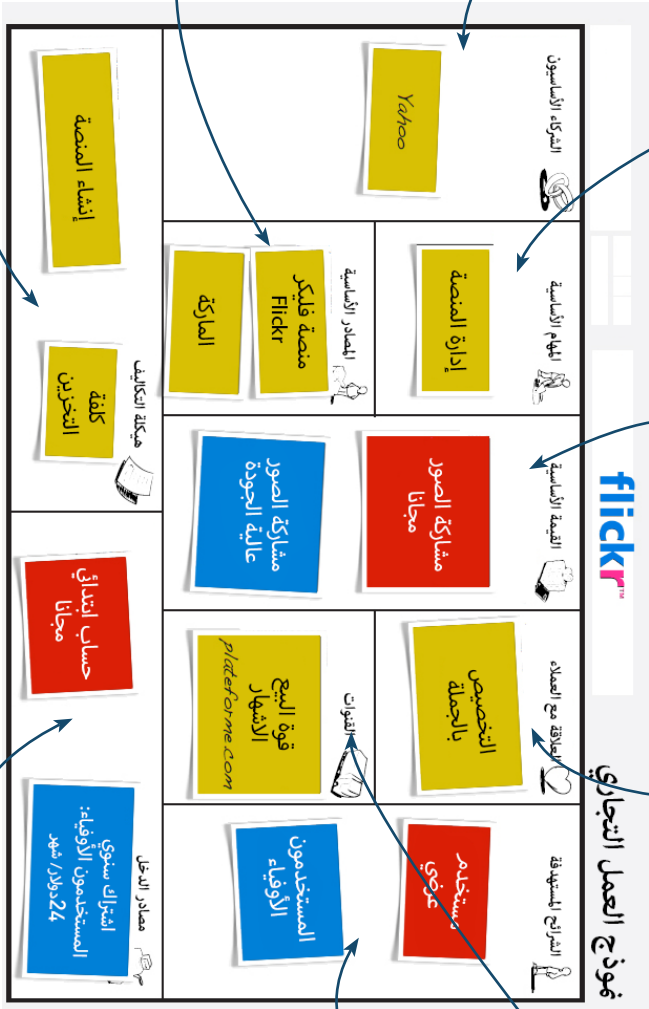
مثال: نموذج العمل التجاري لفليكر Flickr

القنوات:

ماهي طرق التوزيع والتواصل التي ستعتمدها لتعزيز عرضك، ولترويجها ولضمان خدمة ما بعد البيع؟
أمثلة: مطوية، موقع انترنت، متجر، وكلاء مبيعات، البيع المباشر، مشغل الحرفاء / خدمة ما بعد البيع، إلخ...

العملاء:

من هم عملائك؟ كم يبلغ عددهم؟
هل هم من شرائح متعددة؟
ماهي خصائصهم:
شركات، أفراد، محليون / عالميون، مستوى الدخل، العادات الاستهلاكية...



التكاليف:

ماهي النفقات الرئيسية في نشاطك؟ وقيم تشمل النفقات الثابتة والنفقات المتغيرة؟
أمثلة: السلع، الكراء، الموريات، المانولة، إلخ...

الدخل:

كيف سيدفع العملاء ليحصلوا على منتجك / خدمتك؟
هل يجدر بهم دفع: سعراً محدداً أو مرناً الكراء، الاشتراك، معلوم تقريبي، إلخ...

2

الاختبار



"حاولت ترك أطفالى يواجهون المخاطر ويختبرون أنفسهم.
فالعظام المكسورة أفضل من الفكر الضيق."
- روز كينيدي

ماذا يمكننا أن نختبر؟

بالإمكان اختبار كل شيء! ميزة المنتج أو الخدمة، الطريقة التي يتفاعل بها جمهورك المستهدف مع حلولك، وما يمكن أن يزعجه في الحلول المقدمة من طرفك والفوائد الغير منتظرة التي قد توفرها حلولكم... وبوسعنا اختبار كل ما من شأنه أن يشكل خطرا على أفكارنا ويزيد في خطر فشل المنتج أو الخدمة.

لماذا الاختبار؟

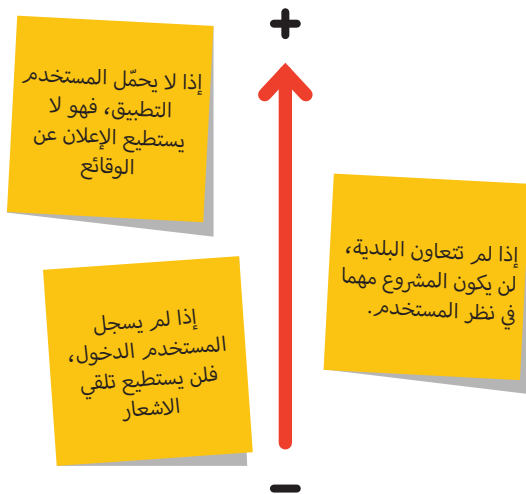
1. معرفة ما إذا كانت فكرتك تستحق التطبيق أم لا.
2. تطويرها.
3. التأكد من أن تكون فكرتك الحل الأنسب وأن تكون خاصة قابلة للتحقيق.
4. تقييم ما إذا سيتم استخدامها واستحسانها من طرف المستخدمين.
5. دراسة السوق (السعر، التعبئة والتغليف، التوزيع، المكان).

كيف يتم الاختبار؟

1. إعداد قصاصات الفرضيات

عد إلى بطاقة السفر أو إلى نموذج العمل التجاري. أصدر فرضيات حول مختلف الفترات المحورية في دورة حياة فكرتك.





2. ترتيب الفرضيات

قم بترتيب الفرضيات التي تهدد أكثر بقاء حلولك ونجاحها حسب الأولوية. لكن لا تتوقف عند هذا الحد، قم كذلك بتنظيم الفرضيات الأقل أهمية حتى لو بدت لك أنها لا تشكّل خطراً مباشراً.

3. تعمير قصاصة الفرضيات

Strategyzer قصاصة الفرضية

اختبار عدد 5
12 نوفمبر

المرحلة الأولى: الفرضية
نعتقد أن

المستخدمين قادرين بسهولة على الإبلاغ عن الخروقات.

اختبار عدد 3
12 نوفمبر

المرحلة الثانية: الاختبار
للتثبت من ذلك

سنعد نماذج لإعداد نص الإبلاغ عن الكسور

اختبار عدد 3
12 نوفمبر

المرحلة الثالثة: القياسات وقياس

المدة الزمنية التي يتطلبها الإنجاز

اختبار عدد 3
12 نوفمبر

المرحلة الرابعة: المعايير وفي حال أصبنا

فيمكنهم فعل ذلك في ثلاثين ثانية.

Copyright Strategyzer AG The makers of Business Model Generation and Strategyzer

من أجل النفاذ بصفة مجانية لمنصة التعلم الافتراضي وأدوات عديدة أخرى تمكن من وضع الاستراتيجيات: <https://strategyzer.com/platform/register>

كيف نعدّ الاختبار الميداني؟

تأكد من أنك فكرت في:

1. وجود سيناريو الاختبار:

فكر في سير الاختبار، في اللقاء الأول الذي اجتمعت فيه بالمستخدم إلى غاية نهاية الاختبار، مروراً بجميع المراحل التي أردت منه إتمامها.

2. تشكيل الفريق:

تأكد من توفر الموارد البشرية اللازمة. من المستحسن شخصين على الأقل: طرف أول ليدير الاختبار، وثان ليسجل الملاحظات التي يعاينها ويسمعها وجميع المعلومات ذات الصلة. وإذا استلزم سيناريو الاختبار حضور طرف آخر، تأكد من حشد الأشخاص المناسبين ومن حسن اطلاعهم على مهامهم.

3. تحديد المكان والتاريخ وتوقيت الاختبار:

قم باختيار المكان المناسب لاجتياز الاختبار. ولا تتجاهل تاريخ الاختبار وخاصة التوقيت لضمان حضور كامل الفريق.

4. تحديد الخدمات أو الخصائص محور الاختبار:

ثبت من فهم المستخدم لما تنتظره منه. هل وُقِّع في تمييز الأعمال التي سيقوم بها، هل فهم التفاعلات التي تود إنشائها، وهل هو مؤثر في المناخ الذي خلقته، هل استجاب للتسلسل الذي تريده أن يحدث؟

5. تجميع أدوات الاختبار:

ستوفر لك النماذج التي صممتها الأدوات. ومع ذلك، ستظهر حاجيات أخرى عند تحريرك للسيناريو: آلة التصوير، كاميرا فيديو، أقلام، دفاتر، ملصقات، طاولات، كراسي.. أو أي شيء آخر ضروري لحسن سير الاختبار

نصائح

- هناك أدوات أخرى تساعدكم على القيام باختبارات أكثر تقدماً: مطوية، صفحة توجيه، مغلفات، فيديو، لعبة لاختبار السعر.

كيف نحصل على التغذية الراجعة؟

<p>ما الذي فشل؟ ماذا تريد أن تغيّر؟ هل توجد مقترحات ترمي إلى التحسين؟ ما الشيء الخاص الذي تعلمته ومن شأنه أن يساعد على تحسين الفكرة؟</p>	<p>ما الذي نجح؟ ما الذي كان مثمرا؟ ماذا يستحسن الناس؟ ما الذي لفتهم الأكثر في الفكرة؟</p>
<p>أي إلهام جديد قد ظهر؟ ما الذي أثار دهشتك؟ ما الذي تستطيع محاولته في المرة القادمة؟</p>	<p>ماهي الأسئلة التي تُطرح؟ من يطرحها؟ ما الذي يتطلب بحثا أكثر عمقا؟ ماذا يستحسن الناس؟ ما الذي أثار فضولك؟</p>

كيف يمكننا القيام بالاختبار ميدانيا؟

توجد ثلاث طرق لإحداث التحسينات:

1. التحسين المبرمج:

اجمع كل التغذية الراجعة، ثم خصص الوقت الكافي للقيام بتحليلها والتخطيط للتحسينات اللازمة.

2. التحسين في الواقع:

يمكنك تعديل الاختبار بصفة فورية بحسب التغذية الراجعة المتحصل عليها من طرف مستخدميك، واربح مزيدا من الوقت.

3. التحسينات التعاونية:

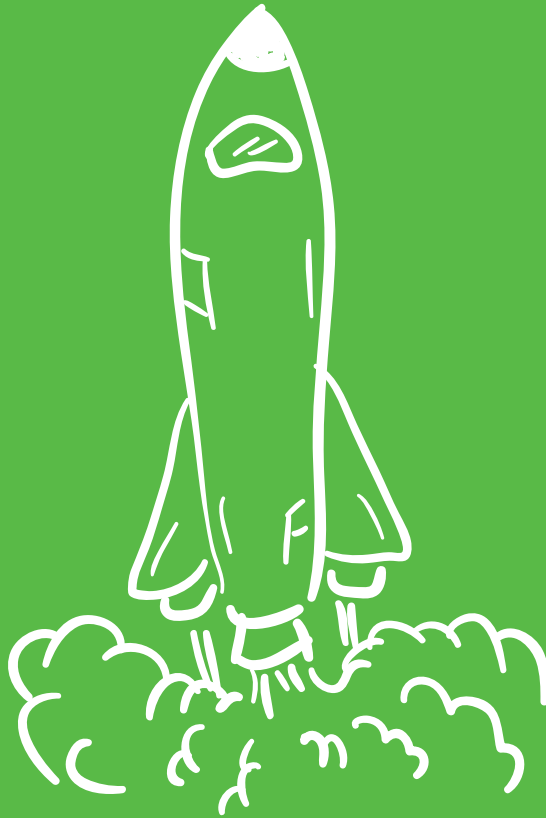
قم بإشراك مستخدم منتجك أو خدمتك في العملية، و بدعوته إلى تحويل التغذية الراجعة إلى مقترح.

نصائح

- قم بتقديم نفسك وتفسير سبب قيامك بكل ذلك
- لا تفصح عن أفكارك المسبقة والأولية.
- أنصت وعاین.

3

التنفيذ



"كن مبدعا عند خلق الأفكار لكن كن منضبطا عند تنفيذها."

- آميت كالنتري

جرد الموارد

لماذا نقوم بعملية جرد الموارد؟

أنت تملك فكرة مميزة، لكن ماذا عن تطبيقها؟
من المحتمل ألا يملك الفريق المحيط بك المهارات اللازمة لتحقيق المشروع.
في الواقع، إيجاد الحل المناسب وتنفيذه، هما مرحلتان مختلفتان.
يُمكن جرد الموارد من استيعاب جدوى حلّك وفي أي مستوى تحتاج إلى المساعدة.
هذه هي الخطوة الأولى للمرور إلى الممارسة وتحويل فكرتك إلى واقع ملموس.

كيف نقوم بجرد الموارد؟

1. قم بتجميع فريق مشروعك والتفكير في العناصر التالية، (بإمكانك الرجوع إلى نموذج العمل التجاري للاستعانة به في مهمتك):

- التوزيع
- الشركاء الذين تحتاجهم
- المهارات اللازمة للتنفيذ

2. قم بإكمال الجدول تبعا للمحاور (التوزيع، الشراكة، مهارات التنفيذ).
إبدأ بإكمال الثلاث خانات الأولى لكل جدول. ومن الممكن أن تكون الإجابات غير واضحة، وستغيرها عبر التحاور بخصوص بعض الأسئلة لغاية التوافق حولها.

3. قم بجرد المهارات المتوفرة حول الطاولة وكلف أعضاء الفريق بمهامهم. حدد احتياجاتك الغير متوفرة في الخانة الأخيرة.

مثال: تطبيق الهاتف المحمول + Citizen

إلى ماذا سنحتاج؟		من سيقوم بالعملية؟			عملية التوزيع (بدق الأبواب، المتاجر الخاصة، الاشتراك..)
ما ينقصنا	ما هو متوفر	ومن الذي يأخذ الأمر على عاتقه؟	النتائج المنتظرة	المراحل	
مطور نظام التشغيل iOS	مطور الأندرويد	- مطور الأندرويد - مطور نظام التشغيل iOS	تطبيق الهاتف المحمول قابل للاستخدام من مختلف أنواع الهواتف الذكية	- التحديث الخاص بنظام أندرويد - التحديث الخاص بنظام تشغيل iOS	يمكن تنزيله مجانا على app store

خطة العمل

لماذا نقوم بخطة عمل؟

إنَّ المرور من الفكرة المميزة إلى المشروع الناجح، يستوجب التخطيط. تمكنك خطة العمل من تجميع شركائك حول المشروع، وتحديد المراحل التي ستمر بها وإعداد جدول زمني لتنفيذها. وبإمكانك الاستعانة بجدد مواردك ليبدو الأمر أكثر وضوحاً.

كيف ننجز خطة العمل؟

1. اجمع كلَّ من فريق العمل والشركاء الأكثر أهمية.
 2. قم بطباعة جدول زمني كبير للأشهر الـ 18 المقبلة. وضع الخطوات الأساسية في ملصقات في التواريخ المناسبة. ولتفادي الخلط في هذا التمرين: ابدأوا بالخطوات الكبرى التي عليكم تنفيذها في شهر، وثلاثة، وستة أشهر، ثم قوموا بتفصيل كل خطوة مع المهام التي يجدر القيام بها.
 3. استعملوا ألوان مختلفة للملصقات التي سيتم اعتمادها للخطوات الأساسية. من الممكن أن تتولَّوا إعادة ترتيبهم بصفة مستمرة في جدولكم الزمني.
 4. وجه مهمة لعضو من الفريق بصفة كتابية. ومن الممكن أن يكون شخصان على ذمة مهمة واحدة: منقذ ومشرف.
- هكذا تعدون خطة عملكم الأكثر فعالية.

مثال لخطة عمل

سبتمبر				أوت				جويلية				المسؤول	المشروع
4	3	2	1	4	3	2	1	4	3	2	1		
													مشروع الواب
													موقع الواب
												بسمّة	موقع الواب- التحرير
												سناء	موقع الواب- التصميم
												علي	موقع الواب- إدماج المحتوى
													المدونة
												بسمّة	تحرير المحتوى
												علي	إدماج المحتوى
												علي	إنشاء صفحة فايسبوك
												بسمّة	التخطيط للمنشورات

بناء شبكة قوية من الشركاء

لماذا نقيم الشراكات؟

إن الإحاطة بالشركاء الاستراتيجيين أمر مهم تقريبا في كل المشاريع سواء كانت ربحية أو غير ربحية. ومع ذلك فمن الضروري تجميع الشركاء وفقا لمتطلباتنا ولا بد أن نكون متفهمين حول الرؤى والانتظارات.

كيف نطور الشراكات؟

بالعودة لجرد الموارد ونموذج العمل التجاري كإفاس، قم بتحديد الشراكات التي يجب عليك إنشاؤها:

1. قم بتوحيد فريقك والشركاء الأكثر أهمية، والأفضل أن يكون نفس الفريق الذي تعاون في وضع خطة العمل.

2. ابدأ بعصف ذهني حول احتياجاتك: من الممكن أن تكون في حاجة إلى التغطية الإعلامية مثلا، أو التمويل، أو المواد الأولية...

3. ضع قائمة في الأشخاص الذين تعرفهم، وذلك بمساعدة الأشخاص المحيطين بالطاولة. وقد تحتوي هذه القائمة أسماء الشركاء المحتملين أو الأشخاص الذين بإمكانهم مساعدتك على تطوير شبكتك.

4. والآن حدّد بدقة:

- أ- ماذا تنتظر من كلّ شريك محتمل تود الاقتراب منه؟
- ب- ما النفع الذي يمكن أن تعود به الشراكة على الشريك المحتمل؟
- ت- متى تحتاج إلى تدخله؟
- ث- من هو العضو الأمثل للتوجه إليه؟
- ج- متى يكون الموعد النهائي للحصول على الإجابة النهائية من الشركاء؟

المتابعة والتقييم

لماذا المتابعة ولماذا التقييم؟

عندما تتقدم في عملية التصميم، فأنت دائماً بصدد تعلّم، وضبط، وصقل حلّك. يمكنك المتابعة والتقييم من معرفة مدى اقترابكم من النجاح. وسيكون هذا الأمر مفيداً في حال أردت إقناع الشركاء والمستثمرين باستدامة مشروعك الريادي أو الاجتماعي.

كيف يمكن القيام بذلك؟

هناك العديد من الوسائل المتاحة ولكن قد تكون باهظة. إليك طريقة يمكنك من تصور أدوات المتابعة والتقييم المبسطة.

1. أجب عن سؤال لماذا تحتاج إلى القيام بالمتابعة والتقييم:

- أ- لتبيّن الأثر
- ب- لتتوصل على تمويل
- ت- لتحقيق أقصى قدر من المردودية
- ث- للحصول على أكثر مداخل

2. اجمع شركائك من أجل التفكير معاً، فيمكن أن يكونوا قاموا بذلك من قبل في مشاريع أخرى.

3. تأكد إذا ما توفرت لديك المهارات اللازمة داخل مجموعتك للقيام بذلك. والمرجح أن تحتاج إلى انتداب مستشار خارجي لمساعدتكم.

تكرار مراحل النمذجة-الاختبار

إنَّ التكرار هو جوهر التجديد في مقارنة التفكير التصميمي! ولا بدَّ من معاينة مستخدمك باستمرار، اختبار أفكارك، حسن الاستماع للردود والتعليقات، وتطوير منتجك/خدمتك.

المراجع

بالعودة لعدّة مراجع في التفكير التصميمي والاستلهام منها، قامت مؤسسة كوميت COMMITT بصياغة دليل إرشادي تضمّن المراحل الأساسية للنمذجة، والاختبار، والتنفيذ، وذلك تماشيا واحتياجات الشباب المشاركون في تحديات تحقق أهداف التنمية المستدامة التي ضبطتها منظمة الأمم المتحدة. تجدون هنا روابط تحيل على بعض المراجع المعتمدة لإثراء معارفكم في التفكير التصميمي ولمزيد إتقان مفهوم التصميم المرکز على الإنسان بصفة عامة.

موقع الواب

www.ideo.org
www.fuelfor.net
www.strategyzer.com
www.diytoolkit.org

فيديوهات على اليوتيوب

Prototyping google glass
https://youtu.be/d5_h1VuwD6g
Le scanner
<https://youtu.be/jajduxPD6H4>
Comment remplir un business model canvas
<https://www.youtube.com/watch?v=QoAOzMTLP5s&feature=youtu.be>

الكتب

HCD_toolkit
<http://www.designkit.org/resources/1>
Value proposition design
<https://strategyzer.com/books/value-proposition-design>
Buisness model canvas
<http://www.businessmodelgeneration.com/book>

دروس عبر الانترنت

Design thinking for innovation
<https://www.coursera.org/learn/design-thinking-innovation>
Design thinking for social innovation
<http://online.stanford.edu/course/design-thinking-action-lab>
IdeoU
<http://www.ideo.com>
<https://orbi.ulg.ac.be/bitstream/2268/188228/1/Plaqueette-R%C3%A9veil-en-Form-Design-thinking.pdf>
<http://www.innoweo.com/uncategorized/design-thinking-customer-journey-canvas/#comments>
<http://www.innoweo.com/methode-dinnovation/design-thinking-service-blueprint/>
<http://www.ivee.fr/service-blueprint-indispensable-a-la-transformation-numerique/>
<http://www.cooper.com/journal/2014/08/service-blueprints-laying-the-foundation>

بطاقة السفر

اسم فكرتك:

وصف الفكرة:

ضع هنا
بوستات الفكرة

ما الذي تريد أن تعرفه؟

لمن؟

خريطة السفر

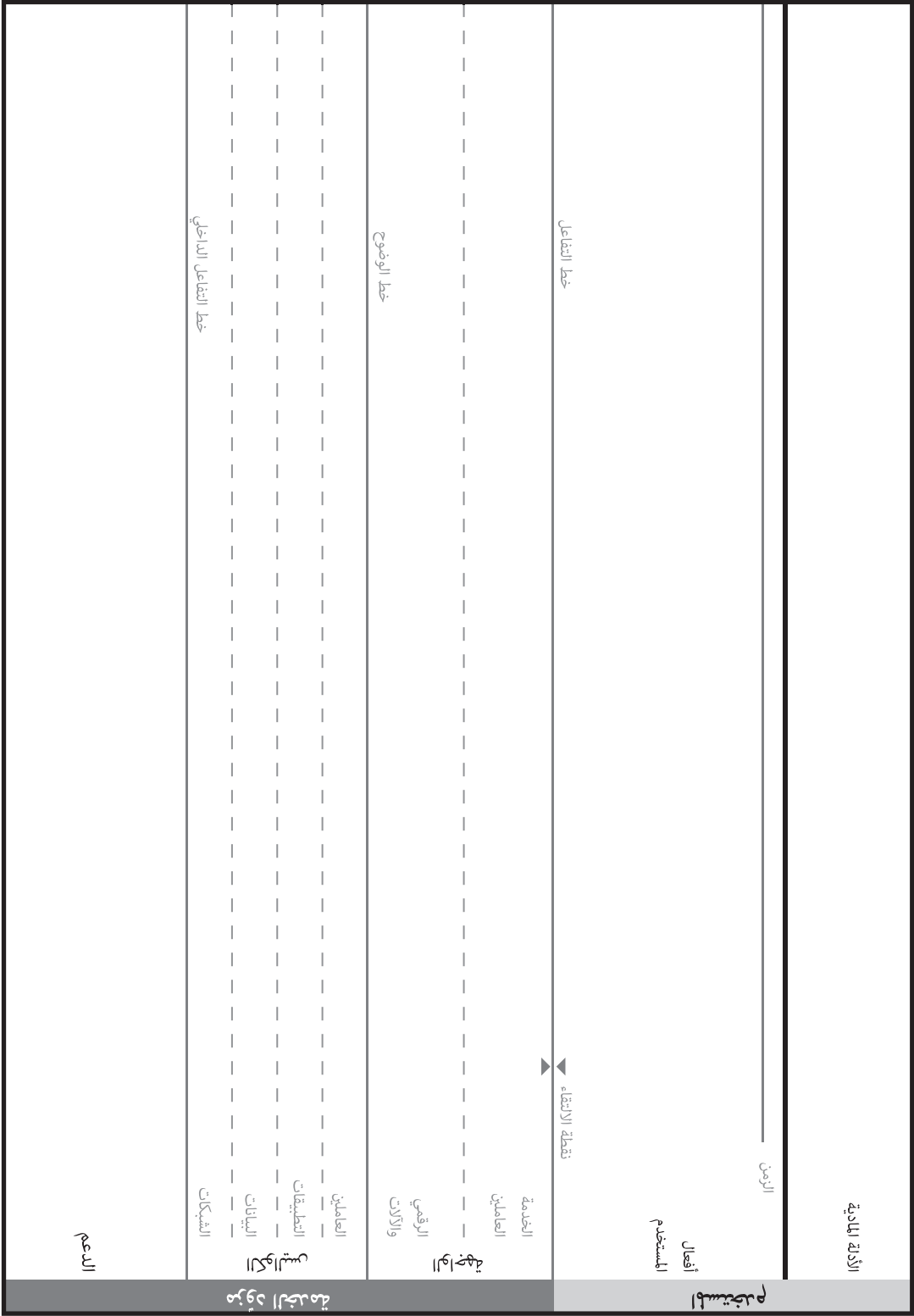




2. القصة المصوّرة

<p>3</p> <hr/>	<p>2</p> <hr/>	<p>1</p> <hr/>
<p>6</p> <hr/>	<p>5</p> <hr/>	<p>4</p> <hr/>

3. الرسم البياني للخدمة (مخطط الخدمة)



نموذج العمل التجاري

النسخة:

التاريخ:

صمم من طرف:

صمم ل:

الشرائح المستهدفة	العلاقة مع العملاء	القيمة الأساسية	المهام الأساسية	الشركاء الأساسيون
من هم عملائك؟ وهل ستقوم بتقسيمهم الى شرائح؟ اذكر ماهي شرائح العملاء	اشرح كيف ستبدر العلاقة بين عملائك و منتجاتك التي تقدمها	اشرح ماهي القيم الأساسية التي سيقدمها عمالك التجاري	اشرح ماهي مهام عمالك التجاري الأساسية التي ستقوم بها	قم ببرد شركائك في العمل التجاري
	التقنوات		المصادر الأساسية	
	اشرح كيف تنوي الوصول لعملائك؟ و كيف ستصل منتجاتك لهم؟ و كيف سيتم التواصل معهم؟		قم ببرد مصادر الأساسية للقيام بعمالك التجاري	
		مصادر الدخل		هيكله التكاليف
		قم ببرد و شرح مصادر دخل عمالك التجاري		اشرح التكاليف اللازمة لبدء عمالك التجاري

Strategyzer قصاصة الفرضية

المرحلة الأولى: الفرضية
نعتقد أن

▲ ▲ ▲

المرحلة الثانية: الاختبار
للتثبت من ذلك

👍 👍 👍 📊 📊 =

المرحلة الثالثة: القياسات
و قياس

1 2 3

المرحلة الرابعة: المعايير
وفي حال أصبنا

Copyright Strategyzer AG The makers of Business Model Generation and Strategyzer

Strategyzer قصاصة الفرضية

المرحلة الأولى: الفرضية
نعتقد أن

▲ ▲ ▲

المرحلة الثانية: الاختبار
للتثبت من ذلك

👍 👍 👍 📊 📊 =

المرحلة الثالثة: القياسات
و قياس

1 2 3

المرحلة الرابعة: المعايير
وفي حال أصبنا

Copyright Strategyzer AG The makers of Business Model Generation and Strategyzer

Strategyzer قصاصة الفرضية

المرحلة الأولى: الفرضية
نعتقد أن

▲ ▲ ▲

المرحلة الثانية: الاختبار
للتثبت من ذلك

👍 👍 👍 📊 📊 =

المرحلة الثالثة: القياسات
و قياس

1 2 3

المرحلة الرابعة: المعايير
وفي حال أصبنا

Copyright Strategyzer AG The makers of Business Model Generation and Strategyzer

Strategyzer قصاصة الفرضية

المرحلة الأولى: الفرضية
نعتقد أن

▲ ▲ ▲

المرحلة الثانية: الاختبار
للتثبت من ذلك

👍 👍 👍 📊 📊 =

المرحلة الثالثة: القياسات
و قياس

1 2 3

المرحلة الرابعة: المعايير
وفي حال أصبنا

Copyright Strategyzer AG The makers of Business Model Generation and Strategyzer

استمارة الإعداد للاختبار الميداني

1. وجود سيناريو الاختبار :

.....	<input type="checkbox"/>
.....	<input type="checkbox"/>
.....	<input type="checkbox"/>

2. تشكيل الفريق :

.....	<input type="checkbox"/>
.....	<input type="checkbox"/>
.....	<input type="checkbox"/>

3. تحديد المكان والتاريخ وتوقيت الاختبار:

.....	<input type="checkbox"/>
.....	<input type="checkbox"/>
.....	<input type="checkbox"/>

4. تحديد الخدمات أو الخصائص محور الاختبار:

.....	<input type="checkbox"/>
.....	<input type="checkbox"/>
.....	<input type="checkbox"/>

5. تجميع أدوات الاختبار:

.....	<input type="checkbox"/>
.....	<input type="checkbox"/>
.....	<input type="checkbox"/>

استمارة التغذية الراجعة

ما الذي فشل؟

ماذا تريد أن تتغير؟

هل توجد مقترحات ترمي إلى التحسين؟

ماذا الشيء الخاص الذي تعلمته ومن شأنه أن

يساعد على تحسين الفكرة؟

ما الذي نجح؟

ما الذي كان مثيراً؟

ماذا يستحسن الناس؟

ما الذي لفتهم الأكثر في الفكرة؟

أي إلهام جديد قد ظهر؟

ما الذي أثار دهشتك؟

ما الذي تستطيع محاولته في المرة القادمة؟

ما هي الأسئلة التي تُطرح؟

من يطرحها؟

ما الذي يتطلب بحثاً أكثر عمقاً؟

ماذا يستحسن الناس؟

ما الذي أثار فضولك؟

استمارة جرد الموارد

إلى ماذا سنحتاج؟		من سيقوم بالعملية؟			عملية التوزيع (بدق الأبواب، المتاجر الخاصة، الاشتراك..)
ما ينقصنا	ما هو متوفر	ومن الذي يأخذ الأمر على عاتقه؟	النتائج المنتظرة	المراحل	

[illegible]

[illegible]

